

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Tubuh manusia membutuhkan aktivitas fisik yang berfungsi untuk menjaga kesehatan tubuh. Secara umum, aktivitas fisik dibagi menjadi tiga macam, yaitu aktivitas fisik sehari-hari, olahraga dan aktivitas fisik dengan latihan. Aktivitas fisik harian ialah aktivitas yang dilakukan dalam keseharian seperti membuka pintu, mencuci baju, jalan kaki, dan lain-lain. Jenis aktivitas yang kedua ialah olahraga yang dapat didefinisikan sebagai aktivitas fisik yang terstruktur dan terencana dengan mengikuti aturan-aturan yang berlaku seperti sepak bola, bulu tangkis, berenang, dan lain-lain. Aktivitas fisik yang ketiga ialah latihan fisik. Latihan fisik ialah aktivitas yang dilakukan secara terstruktur dan terencana, salah satu contoh yang paling mudah ialah bersepeda.

Bersepeda merupakan salah satu latihan fisik yang dapat dilakukan untuk mengurangi resiko masalah kesehatan terkait dengan gaya hidup yang tidak aktif. Bersepeda dapat dilakukan oleh semua usia dari anak-anak, dewasa, hingga orang yang sudah tua. Bahkan sebagian orang, menganggap bahwa bersepeda merupakan suatu hobi yang dilakukan rutin untuk menghilangkan stress di waktu dan hari tertentu. Manfaat yang bisa didapatkan ketika kita rutin bersepeda antara lain: dapat memperkuat tulang, mencegah penyakit kardiovaskular, membangun kekuatan tubuh,

menghilangkan stress, menurunkan berat badan, mengontrol diabetes, menurunkan risiko kanker, meningkatkan mobilitas, meningkatkan pergerakan usus, serta meningkatkan kekuatan otak<sup>1</sup>.

Seperti yang kita ketahui bahwasanya manfaat bersepeda sangatlah banyak. Jika dikaitkan dengan masa sekarang ini, dunia sedang dirundung duka. tidak terkecuali Negara Indonesia akibat virus covid 19. Kondisi pandemi corona virus disease 2019 (covid-19) sangat mempengaruhi ekonomi dan stabilitas sistem keuangan Indonesia. Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati mengabarkan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia pada Kuartal pertama adalah 2,97%. Hal ini menunjukkan bahwa pandemi covid-19 yang mulai diumumkan pada bulan Maret telah mempengaruhi aktivitas ekonomi nasional. Sedangkan pertumbuhan triwulan kedua, perekonomian mengalami kontraksi sebesar -5,32%. Ini jauh lebih rendah dibandingkan tahun lalu dimana triwulan kedua Indonesia mampu mencatatkan pertumbuhan sebesar 5,05%.<sup>2</sup>

Penanggulangan virus tersebut, salah satunya dengan diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Hal ini berdampak pada masyarakat yang menjadi bosan sehingga bersepeda menjadi pilihan untuk mengisi kebosanan tersebut. Bersepeda yang

---

<sup>1</sup> <https://m.ayobogor.com/read/2018/05/01/1460/10-manfaat-bersepeda-setiap-hari> . Diakses pada hari Jumat, 29 Januari 2021 pukul 22.22 WIB

<sup>2</sup> <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/berita/baca/21467/Pemerintah-Terus-Desain-Kebijakan-Untuk-Minimalkan-Dampak-Negatif-Pandemi-Terhadap-Perekonomian-Nasional.html> (diakses tanggal 16 Oktober 2020)

awalnya hanya untuk menjaga kesehatan, menjadi lebih digiatkan lagi pada saat ini, terlebih ada pandemi di masa sekarang ini.

Tabel 1.1 Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Berlaku Menurut pengeluaran, Kabupaten Tahun 2016-2020 (dalam persen)

<b>Komponen Pengeluaran</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<b>1. Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga (1.a s/d 1.g)</b>	<b>68,28</b>	<b>67,96</b>	<b>67,98</b>	<b>67,90</b>	<b>68,67</b>
1.a. Makanan, Minuman dan Rokok	22,04	21,65	21,55	21,46	22,77
1.b. Pakaian dan Alas Kaki	2,75	2,78	2,81	2,76	2,74
1.c. Perumahan, Perkakas, Perlengkapan dan Penyelenggaraan rt	6,54	6,48	6,38	6,32	6,66
1.d. Kesehatan dan Pendidikan	7,21	7,25	7,23	7,16	7,77
1.e. Komunikasi, Rekreasi, dan Budaya	16,34	16,43	16,59	16,82	14,63
1.f. Hotel dan Restoran	9,92	9,89	9,95	9,92	10,29
1.g. Lainnya	3,49	3,48	3,48	3,46	3,80
<b>2. Pengeluaran Konsumsi LNPR</b>	<b>2,12</b>	<b>2,08</b>	<b>2,09</b>	<b>2,11</b>	<b>2,17</b>
<b>3. Pengeluaran Konsumsi Pemerintah</b>	<b>7,89</b>	<b>8,11</b>	<b>8,27</b>	<b>8,31</b>	<b>8,30</b>
<b>4. Pembentukan Modal Tetap Bruto</b>	<b>27,99</b>	<b>28,33</b>	<b>28,36</b>	<b>28,85</b>	<b>28,15</b>
4.a. Bangunan	22,18	22,43	22,46	23,03	22,42
4.b. Non-Bangunan	5,80	5,90	5,89	5,82	5,73
5. Perubahan Inventori	0,09	0,08	0,08	0,08	0,03
<b>6. Net Ekspor</b>	<b>(6,36)</b>	<b>(6,56)</b>	<b>(6,79)</b>	<b>(7,26)</b>	<b>(7,32)</b>
<b>PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Data BPS Kabupaten Blitar

Tabel diatas ialah tabel produk domestik regional bruto atas dasar harga berlaku menurut pengeluaran Kabupaten Blitar Tahun 2016-2020. Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwasanya masyarakat lebih peduli terhadap kesehatan dan pendidikan dari tahun ke tahun (khususnya pada tahun 2020) yang naik dari 7,16 % menjadi 7,77 %. Salah satu cara masyarakat untuk menjaga kesehatan di masa PSBB yaitu dengan bersepeda yang kemudian memunculkan fenomena baru yaitu maraknya komunitas sepeda. Selain itu, pada masa sekarang ini sepeda merupakan alat untuk bersenang-senang, melakukan petualangan, dan menjaga

kesehatan. Fenomena baru ini, menjadikan masyarakat berbondong-bondong melakukan pembelian sepeda. Hal ini, mengakibatkan lonjakan pembelian sepeda. Namun demikian, lonjakannya baru menukik tajam dan drastis setelah pemerintah mulai melakukan pelonggaran PSBB. Menurut Brand Director PT insera Sena, William Gozali mengatakan bahwa dengan adanya pelonggaran PSBB dan penerapan New Normal menciptakan kebutuhan baru akan model transportasi alternatif yang aman digunakan.

Dalam proses pengambilan keputusan, konsumen memiliki sasaran atau perilaku yang ingin dicapai.<sup>3</sup> Agama Islam pun mengajarkan agar kita selalu sehat dan kuat. Salah satu cara yang paling baik menjaga kesehatan dan stamina adalah dengan berolahraga rutin salah satunya dengan bersepeda. Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda yang artinya: “Mukmin yang kuat lebih baik dan lebih dicintai Allah daripada Mukmin yang lemah.” (H.R Bukhori Muslim)

Dengan adanya budaya baru, faktor sosial, gaya hidup dan kepercayaan konsumen akan membuat konsumen melakukan pembelian. Lonjakan hasil penjualan sepeda roda dua juga dirasakan oleh Toko Sepeda “Yasir” yang beralamatkan di Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar. Berikut ini catatan volume penjualan sepeda pada Toko Yasir pada tahun 2019 (Januari-Desember) sampai 2020 (Januari-September) sebagai berikut:

---

<sup>3</sup> Setiadi, *Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (. Jakarta: Kencana. 2003), hlm.14

Tabel 1.2 Data Penjualan sepeda berbagai merk Tahun 2019-2020 di Toko Yasir

Bulan	Penjualan Unit/ Tahun 2019	Penjualan Unit/ Tahun 2020
Januari	130	270
Februari	136	264
Maret	140	250
April	127	284
Mei	145	320
Juni	125	297
Juli	154	312
Agustus	162	309
September	117	301
Oktober	147	-
November	152	-
Desember	139	-
Total	1674	2607

Sumber: Toko Sepeda Yasir Kabupaten Blitar Bulan September Tahun 2020

Jika dilihat dari data data tabel 1.1 di atas, volume penjualan sepeda pada Toko Yasir meningkat drastis hampir 2 kali lipat dari tahun 2019 dengan penjualan sebesar 1674 unit dan pada bulan September 2020, penjualan sebesar 2607 unit. Hal ini menunjukkan bahwa Toko Yasir dapat mempertahankan kualitas tokonya.

Faktor budaya, faktor sosial, gaya hidup, dan kepercayaan menjadi salah satu tolok ukur bagi keberhasilan perusahaan untuk menarik minat konsumen. Hal ini karena konsumen akan berminat membeli terhadap suatu produk merek sepeda. Strategi pemasaran yang tepat merupakan salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu dengan mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga tercipta produk yang tepat. Dengan demikian peningkatan volume penjualan dan memenangkan persaingan dapat tercapai. Begitu juga dilakukan para produsen sepeda seiring dengan permintaan yang semakin meningkat.

Dari tabel diatas, menunjukkan bahwa pada tahun ke tahun, penjualan sepeda pada toko ini, mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hal tersebut pastinya akan menjadi salah satu keberhasilan bagi pemilik toko sepeda Yasir ini. Femonema ini sangat menarik untuk dikaji lebih mendalam melalui sebuah penelitian apakah budaya, sosial, gaya hidup , kepercayaan konsumen dapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda.

Dalam ilmu ekonomi dikatakan, kebutuhan dan keinginan konsumen selalu berubah dari waktu ke waktu. Begitu juga dengan cara pandang setiap konsumen terhadap suatu produk. Oleh karena itu, sangatlah penting bagi Toko Yasir untuk selalu memperhatikan dan mempelajari tentang perilaku konsumen. Schiffman et.al. dalam Tjiptono (2008) mengatakan bahwa”perilaku konsumen merupakan perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghentikan konsumsi produk, jasa, dan gagasan”. Menurut Kotler (2000), perilaku konsumen dipengaruhi oleh:

- Faktor budaya yang terdiri dari: **Budaya**, Sub-Budaya, dan **sosial**.
- Faktor Sosial yang terdiri dari: Kelompok, Keluarga, Peran Dan Status.
- Faktor Pribadi yang terdiri dari: Usia dan tahap daur ulang, Pekerjaan, Keadaan Ekonomi, **Gaya Hidup**, Kepribadian dan Konsep diri.
- Faktor Psikologis yang terdiri dari: Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, dan **Kepercayaan**.

Menurut Kotler (2000), faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku pembelian. Budaya, merupakan penentu keinginan yang paling mendasar. Budaya, berasal dari kebiasaan yang terbentuk dan berkembang dari suatu golongan. Budaya di tempat satu dengan tempat lainnya bisa saja berbeda.

Budaya dalam hal ini ialah kebiasaan bersepeda pada masa pandemi. Kebiasaan bersepeda di Kabupaten Blitar, bisa saja berbeda dengan daerah yang lainnya. Maraknya kebiasaan yang bersepeda yang dilakukan oleh masyarakat menimbulkan keputusan pembelian sepeda, jika kebiasaan tersebut terjadi terus menerus, akan menimbulkan lonjakan keputusan pembelian pada toko sepeda. Khususnya Toko Yasir.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian Ketut Indah Pratiwi dan Kastawan Mandala yang menyatakan bahwa budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian.<sup>4</sup>

Faktor Sosial merupakan faktor yang dihasilkan dari interaksi sosial antara individu satu dengan individu lainnya. Bersepeda dijadikan kebiasaan yang akhirnya, individu yang tidak memiliki sepeda, menjadi ingin memiliki sepeda. Dorongan keputusan pembelian sepeda tersebut, bisa saja datang dari keluarga, teman, kerabat, ataupun tetangga.

Selanjutnya, akan berkaitan dengan faktor Gaya hidup. Gaya hidup lebih menunjukkan bagaimana individu menjalankan kehidupannya, bagaimana membelanjakan uang dan bagaimana memanfaatkan waktunya.

---

<sup>4</sup> Ketut Indah Pratiwi dan Kastawan Mandala, *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, dan Bauran Pemasaran Terhadap Pembelian Kebaya Bordir Pada Jegeg Ayu Boutique Di Kuta* (Bali: Jurnal Manajemen UNUD, Vol.4, No.11,2015)

Dalam hal ini, yang dimaksud ialah pembelian sepeda. Alasan yang mendasari keputusan pembelian sepeda tersebut, bisa saja karena memang kebutuhan, atau sekedar keinginan, untuk bergaya ataupun untuk tujuan ikut-ikut saja.

Faktor selanjutnya ialah faktor kepercayaan. Faktor ini berkesinambungan dengan faktor yang sebelumnya. Dengan adanya kebiasaan bersepeda yang saat ini sedang marak, menimbulkan tingkat pembelian sepeda di Toko Yasir juga tinggi. Alasan yang mendasari pembelian sepeda di Toko Yasir, bisa jadi karena memang toko Yasir memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Dalam hal ini seperti: pelayanan yang memuaskan, keadaan toko yang nyaman, barangnya yang berkualitas, harganya yang terjangkau dan lain sebagainya. Tingkat kepercayaan yang tinggi dalam suatu Toko atau perusahaan, bukan saja mengakibatkan keputusan pembelian sebanyak satu kali, tetapi juga memungkinkan adanya pembelian yang berulang-ulang oleh konsumen.

Kaitannya dengan keputusan pembelian sepeda, dapat disimpulkan pentingnya analisis faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dari suatu produk tertentu. Untuk dapat mengantisipasi pesatnya persaingan yang dihadapi perusahaan sepeda agar dapat mempertahankan eksistensinya, maka dipandang perlu diadakan penelitian sejauh mana faktor-faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk sepeda yang meliputi faktor budaya, sosial, gaya hidup, dan kepercayaan. Dalam penelitian ini, penulis memilih Toko Yasir yang berada di



Kecamatan Srengat sebagai tempat dilakukannya penelitian. Kecamatan Srengat merupakan sebuah Kecamatan yang terdapat di Kabupaten Blitar, Provinsi Jawa Timur.

Dari uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda (Studi Kasus Di Toko Yasir Kabupaten Blitar)”**.

#### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti mengidentifikasi beberapa masalah yang akan dijadikan bahan penelitian selanjutnya.

1. Faktor yang menentukan keputusan pembelian barang di Toko Sepeda Yasir kurang diperhatikan.
2. Banyaknya persaingan dalam bisnis sepeda yang dapat menimbulkan keputusan konsumen dalam pembelian sepeda berganti-ganti merk.

#### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah di atas maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor budaya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Sepeda Yasir Kabupaten Blitar?
2. Apakah faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Sepeda Yasir Kabupaten Blitar?

3. Apakah gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Sepeda Yasir Kabupaten Blitar?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Sepeda Yasir Kabupaten Blitar?
5. Apakah faktor budaya, faktor sosial, gaya hidup, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Toko Sepeda Yasir Kabupaten Blitar?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh secara parsial faktor budaya terhadap keputusan pembelian pada Toko Sepeda Yasir Kabupaten Blitar
2. Untuk menguji pengaruh secara parsial faktor sosial terhadap keputusan pembelian pada Toko Sepeda Yasir Kabupaten Blitar
3. Untuk menguji pengaruh secara parsial gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada Toko Sepeda Yasir Kabupaten Blitar
4. Untuk menguji pengaruh secara parsial kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada Toko Sepeda Yasir Kabupaten Blitar
5. Untuk menguji faktor budaya, faktor sosial, gaya hidup, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Toko Sepeda Yasir Kabupaten Blitar.

## **E. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian diharapkan mampu berguna dan dapat dimanfaatkan baik secara teoretis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoretis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wacana dan pengetahuan mengenai pengaruh faktor budaya, faktor sosial, gaya hidup, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian sepeda di Toko Sepeda Yasir serta sebagai bahan literatur bagi civitas akademika FEBI IAIN Tulungagung maupun institusi pendidikan yang lain.

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Untuk institusi, diharapkan agar penelitian ini dapat dipergunakan untuk referensi dan perbandingan dalam melakukan penelitian selanjutnya.
- b. Untuk Penulis (Peneliti), penelitian ini digunakan untuk mencapai gelar sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, serta untuk memperluas dan memperdalam pengetahuan penulis.
- c. Bagi Pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas pengetahuan serta wawasan pembaca setelah membaca hasil penelitian ini khususnya yang berkaitan dengan faktor budaya, faktor sosial, gaya hidup dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian.

#### **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini permasalahan yang dihadapi adalah beberapa faktor penentu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian sepeda Di Toko Yasir. Ruang lingkup dan keterbatasan penelitian memiliki fungsi agar penelitian tidak menyimpang dari pokok permasalahan. Ruang lingkup hanyalah berfokus pada variabel dependen dan independen. Variabel independen pada penelitian ini antara lain faktor budaya, sosial, gaya hidup, dan kepercayaan. Sedangkan variabel dependennya ialah keputusan pembelian konsumen.

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel bebas yang diteliti adalah faktor budaya, faktor sosial, gaya hidup, dan kepercayaan sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian.
2. Karena terbatasnya tenaga, waktu, dan biaya penelitian, maka peneliti memilih Toko Yasir sebagai tempat penelitian.
3. Penelitian hanya dilakukan pada konsumen Toko Sepeda Yasir Kabupaten Blitar tanpa melakukan perbandingan pada konsumen toko lainnya.
4. Masalah yang diteliti adalah pengaruh faktor budaya, faktor sosial, gaya hidup, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian sepeda di Toko Yasir Kabupaten Blitar.

## **G. Penegasan Istilah**

### **1. Faktor budaya**

Herskovits, memandang kebudayaan sebagai sesuatu yang turun temurun dari satu generasi ke generasi yang lain, yang kemudian disebut sebagai *superorganic*. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Budaya diartikan sebagai pikiran akal budi atau adat-istiadat. Budaya adalah suatu kekuatan dalam mengatur perilaku manusia. Ini terdiri dari seperangkat pola perilaku yang ditularkan dan dipelihara oleh anggota masyarakat tertentu melalui berbagai cara.<sup>5</sup>

### **2. Faktor sosial**

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus menerus bersosialisasi di antara mereka sendiri baik secara formal dan informal. Faktor sosial ini terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peranan dan status.<sup>6</sup>

### **3. Gaya hidup**

Gaya hidup menurut Suwarman mempengaruhi perilaku seseorang dan pada akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang. Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh

---

<sup>5</sup> Darwis Tamba, SE,M.Si, *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi Terhadap Keputusan Membeli di Indomaret*, (Jurnal, Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara) hlm.34

<sup>6</sup> Ibid, hlm.35

kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan<sup>7</sup>.

#### 4. Kepercayaan

Lu dan Lee mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan (*willingness*) seseorang untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan risiko tertentu. Kepercayaan juga diartikan sebagai kesediaan seseorang untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena ia mempunyai keyakinan (*confidence*) kepada pihak lain tersebut.<sup>8</sup>

#### 5. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan<sup>9</sup>. dalam definisi lain, keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternative pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian.<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup> Hurul Aini Acha, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Melakukan Pembelian Produk Logam Mulia di Pegadaian Syariah Kota Langsa*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Medan, 2015) hlm.20

<sup>8</sup> Kristian Hariyono Putro, *Analisis Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Rokok Merk LA Lights*, Tesis, Universitas Negeri Sebelas Maret, 2008), hlm138

<sup>9</sup> Andhian Prima Satya, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Buku Gramedia Di Kota Semarang*, (Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, vol.2 Nomer 2 Oktober 2012)

<sup>10</sup> Astriani Widjaja, *Analisis Persepsi Konsumen Tentang Atribut Produk AMDK*, (Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, vol.2, nomer 1 Januari, 2014), hlm.21

## **H. Sistematika Penulisan Skripsi**

### **BAB I: Pendahuluan**

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan.

### **BAB II: Landasan Teori**

Bab ini berisi kerangka teori dan kajian penelitian terdahulu yang diangkat dari berbagai sumber seperti, jurnal penelitian, skripsi, tesis, disertasi, laporan penelitian, dan buku. Selain itu pada bab ini juga berisi kerangka konseptual yang diuraikan berdasarkan rumusan masalah serta landasan teori dan tinjauan penelitian terdahulu.

### **BAB III: Metode Penelitian**

Bab ini menguraikan tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta teknik analisis data.

### **BAB IV: Hasil Penelitian**

Bab ini berisi uraian tentang paparan data yang disajikan dengan topik sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah dan hasil analisis data. Paparan tersebut diperoleh melalui pengamatan, hasil wawancara, serta deskripsi informasi lainnya yang dikumpulkan oleh peneliti melalui prosedur pengumpulan data sebagaimana diatas.

**BAB V: Pembahasan**

Bab ini menguraikan tentang keterkaitan antar teori yang ditemukan terhadap teori sebelumnya serta interpretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan (*grand theory*). Temuan penelitian juga dijelaskan implikasinya yang lebih luas dalam khazanah kajian yang ada.

**BAB VI: Penutup**

Bab ini terdiri dari kesimpulan yang relevan dengan permasalahan yang telah dirumuskan di awal dengan pengajuan saran atau rekomendasi peneliti.